

ABSTRAK

UD. Octa Flow merupakan usaha dagang yang bergerak dibidang kerajinan tangan pembuatan buket. Sebagai produsen pembuatan buket, perusahaan ini tentunya berfokus pada kreativitas produksi buket. UD Octa Flow ini berlokasi di Jl. Tgk. Chik Paya Bakong, Kecamatan Lhoksukon, Kabupaten Aceh Utara. Keadaan penjualan juga mengalami naik turunnya, selain itu permasalahan juga timbul dalam menghadapi tantangan besar dalam strategi pemasarannya. Maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di UD. Octa Flow. Dalam penelitian ini tentunya ada dua faktor yang perlu untuk di analisis yaitu faktor internal berupa kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*) dan faktor eksternal berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*). Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner pada pelanggan UD. Octa Flow . Hasil penelitian menunjukkan bahwa koordinat posisi UD. Octa Flow berada pada kuadran III. Hasil pengolahan data menunjukkan perusahaan memiliki peluang pasar yang besar, namun harus tetap melakukan strategi *perkembangan* pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan. Strategi utama yang dapat disarankan dalam penelitian kali ini adalah SO, ST, WO,WT. Strategi SO menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar mendapatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan pemasaran dan pelayanan dengan lebih baik. Strategi WO meningkatkan kinerja untuk mendapatkan loyalitas konsumen, bekerja sama dengan *suplier* serta pemanfaatan ruang toko secara maksimal. Strategi ST mengutamakan inovasi dan desain produk, penyesuaian harga dengan mencari alternatif supplier serta memaksimalkan lokasi yang strategis untuk menarik minat pelanggan. Strategi WT selain menambah karyawan untuk meningkatkan kapasitas produksi, strategi promosi juga harus lebih beragam dengan memanfaatkan *marketplace*, *website* serta bisa juga bekerja sama dengan *event organizer*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, UMKM, Penjualan